

**PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI DAN LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**Andi Muhammad Zakaria Ridjal**

**NIM: 2015260974**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2017**

**PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI DAN LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Diajukan oleh :

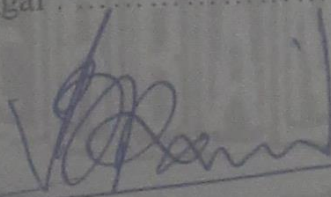
**ANDI MUHAMMAD ZAKARIA RIDJAL**

**2015260974**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : .....



**( Dr. Basuki Rahmat, S.E., M.M )**



**PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI DAN LAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
MATAHARI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**ANDI MUHAMMAD ZAKARIA RIDJAL**

**NIM : 2015260974**

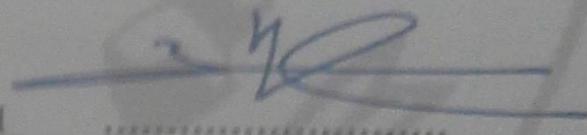
**Dipertahankan di depan Tim Penguji  
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 29 Agustus 2017**

**Tim Penguji**

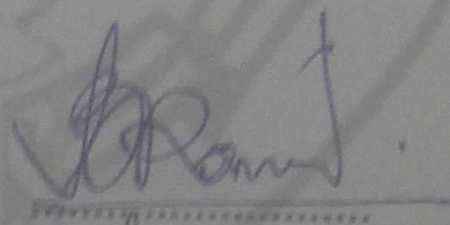
**Ketua : Dr. Ronny, S.Kom., M. Kom., M.H**

**Sekretaris : Dr. Basuki Rahmat, SE., M.M**

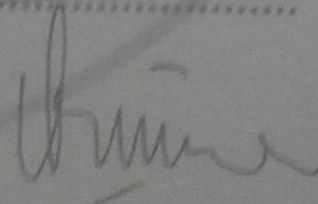
**Anggota : Dra. Lindiawati, MM.**



.....



.....



.....



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ANDI MUHAMMAD ZAKARIA RIDJAL

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 Juli 1991

N.L.M : 2015260974

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Sarjana

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : PENGARUH ATMOSFER TOKO, PROMOSI  
DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN TUNJUNGAN  
PLAZA SURABAYA

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : .....

Tanggal : .....

( Dr. Muazāroh, S.E., M.T. )

( Dr. Basuki Rahmat, S.E., M.M )

# **Motto**

**Sering aku terjatuh, dan kadang rapuh untuk kembali berdiri.**

**Tapi aku percaya bahwa kesulitan yang kulalui dalam hidup ini adalah segelintir proses.**

**Proses yang membuat kita menuju kedewasaan. Dan aku yakin akan menjadi lebih baik dalam setiap prosesku.**

**Jadilah diri sendiri, selalu berdoa, tetap mencoba dan lakukan yang terbaik, dan selalu percaya bahwa kesuksesan akan menghampiri kita.**

**Raih mimpimu dan kejar impianmu.**

**Berpikir positif dalam setiap langkahku dan akan indah pada waktunya.**

**(ANDI MUHAMMAD ZAKARIA RIDJAL)**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirabbil ‘Aalamiin segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, berkah serta limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, saya ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kesehatan, panjang umur serta Ridhonya sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan lancar
2. Kedua orang tua saya , Mamak dan Bapak yang setiap hari selalu mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan skripsi , terima kasih selalu mendoakan saya , memberi semangat saya. Maaf belum bisa kasih yang terbaik buat Mamak dan Bapak
3. Untuk Para dosen S1 Manajemen dan seluruh civitas STIE Perbanas Surabaya terutama Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M, terimah kasih banyak karena telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengetahuan dan arahan selama ini.
4. Buat Mba Jiak , Ayub , Maknuk, Deng Nisa, Adin, Kembon, Jodi, Fandi, Tiyok, tante mutik , Budhe Nancy dan Keluarga Alm. Abdul Karim makasi banyak sudah selalu mendukung saya, memberi motivasi saya untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.

5. Terima kasih juga untuk AREK TELOK BONE, Erick , Gpenk , Ray , Ajin , Kaji Iwenk , Ringgo Rastavara , Om Wahir. Terima kasih atas semua tawa dan candaan dan pengalaman yang sangat menghibur dan menyenangkan selama ini.

6. Untuk KHARINA WIDYA OKTAVIANINGTYAS terima kasih banyak ya sayang untuk semuanya. Kamu sangat teristimewa setelah kedua orang tuaku. Sekarang cari rejeki banyak untuk Nikah , Amin ya ALLAH ☺

Terakhir Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu saya maaf tidak bisa menyebutkan satu persatu karena terlalu banyak heheheh

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia dan hidayah-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh atmosfer toko, promosi dan layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Matahari Tunjungan Plaza Surabaya”**.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) Jurusan Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi, yaitu :

1. Bapak Dr. Basuki Rahmat, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. Selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak dan ibu dosen yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, untuk langkah lebih maju penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.



Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan proposal skripsi ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 20 September 2017

Andi Muhammad Zakaria Ridjal



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRISPI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 I
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	16
2.2.3 Strategi Pemasaran Ritel .....	17
2.2.4 Atmosfer Toko.....	19
2.2.5 Promosi.....	34

2.2.6	Pelayanan.....	42
2.2.7	Perilaku Konsumen .....	46
2.2.8	Keputusan Pembelian.....	47
2.2.8.1	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	48
2.2.8.2	Tahap-tahap Pengambilan Keputusan.....	49
2.2.9	Hubungan antar variabel .....	52
2.2.9.1	Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian .....	52
2.2.9.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	52
2.2.9.3	Pengaruh Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	53
2.3	Kerangka Pemikiran .....	54
2.4	Hipotesis Penelitian .....	55
BAB III METODE PENELITIAN .....		56
3.1	Rancangan Penelitian.....	56
3.2	Batasan Penelitian .....	56
3.3	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	57
3.3.1	Variabel .....	57
3.3.2	Definisi Operasional Variabel .....	57
3.4	Populasi Penelitian .....	59
3.4.1	Teknik Pengambilan Sampel .....	60
3.5	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	61
3.5.1	Data .....	61
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
3.6.1	Uji Validitas .....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.7	Teknik Analisis Data .....	63
3.7.1	Analisis Data Deskriptif.....	63
3.7.2	Analisis Statistik.....	63
3.7.3	Analisis Inferensial untuk Menguji Hipotesis .....	64
3.7.4	Uji Asumsi Klasik .....	64
3.7.5	Regresi Linear Berganda.....	66
3.7.6	Pengujian Hipotesis .....	67
3.7.6.1	Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	67
3.7.6.2	Uji T .....	68
3.7.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68
3.7.6.4	Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ ).....	69

**BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.. 70**

4.1	Gambaran Subyek Penelitian .....	70
4.2	Analisis Data .....	72
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	73
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	75
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	79
4.2.3.1	Uji Validitas .....	79
4.2.3.2	Uji Reliabilitas .....	82
4.2.4	Uji Asumsi Klasik .....	84
4.2.5	Teknik Analisis .....	89
4.2.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
4.2.5.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	91
4.2.5.3	Uji Statistik F (Simultan) .....	92
4.2.5.4	Uji Statistik T (Parsial) .....	93
4.3	Pembahasan .....	94
4.3.1	Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian .....	94
4.3.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian..	96
4.3.3	Pengaruh Layanan terhadap Keputusan Pembelian .	97

**BAB V PENUTUP**

5.1	Simpulan .....	98
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	98
5.3	Saran .....	99

**DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN**

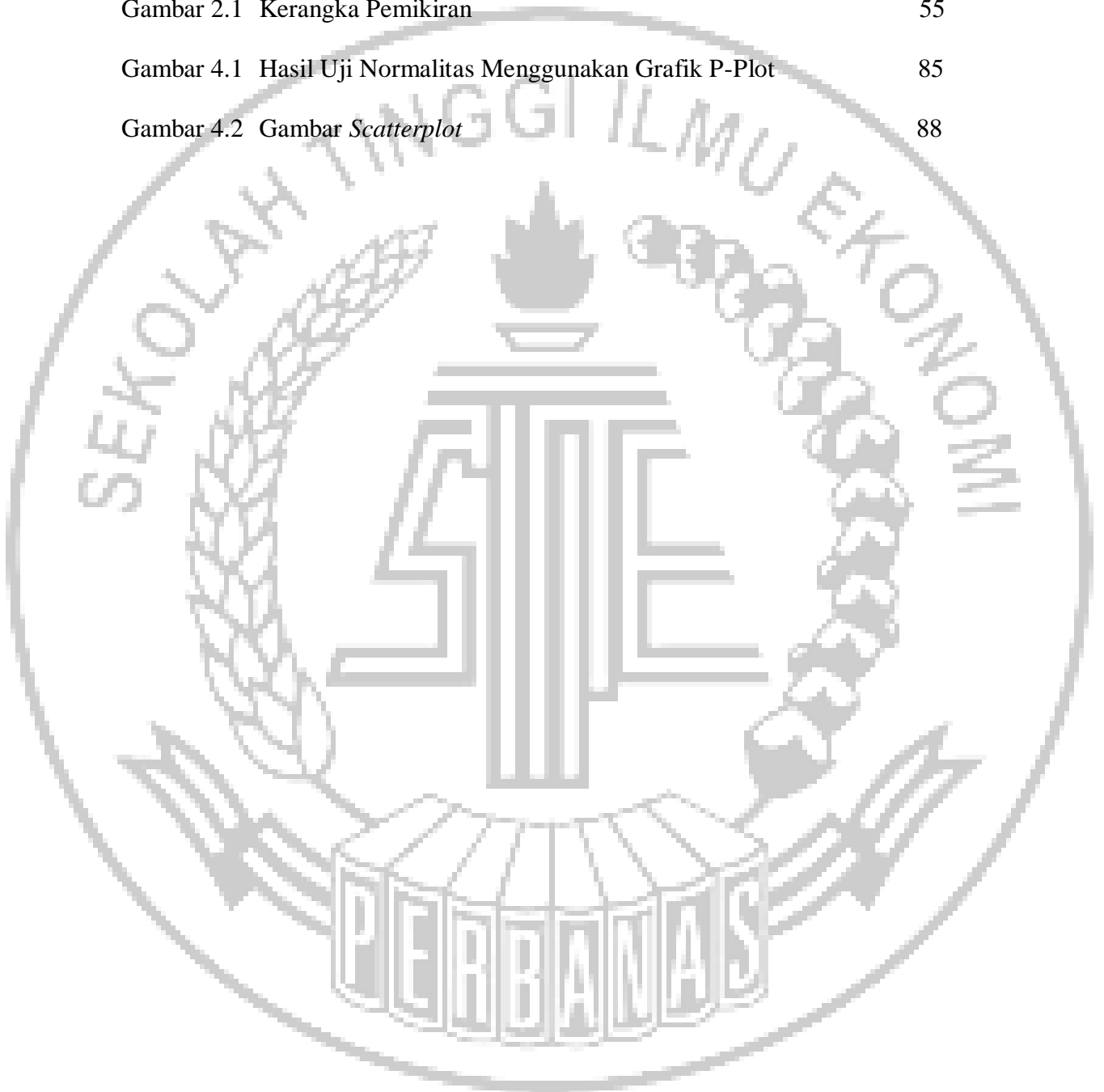


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Atmosfer toko ( $X_1$ )	75
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Promosi ( $X_2$ )	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Layanan ( $X_3$ )	78
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan pembeli	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil (30 Responden)	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Sampel Besar (100 Responden)	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil (30 Responden)	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar (100 Responden)	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	87
Tabel 4.15 Uji Regresi Berganda	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi & Koefisien Korelasi Berganda	91
Tabel 4.17 Hasil Uji F	92

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot	85
Gambar 4.2 Gambar <i>Scatterplot</i>	88



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Karakteristik Responden

Lampiran 3 : Tabulasi Tanggapan Responden



**The influence of the Store Atmosphere, Promotion and Service to Purchasing Decision of Consumer On “Matahari” Tunjungan Plaza Surabaya.**

**Andi Muhammad Zakaria Ridjal**  
**STIE Perbanas Surabaya**  
**Email : [zakariaridjal91@icloud.com](mailto:zakariaridjal91@icloud.com)**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the influence of the store atmosphere, promotions as well as services to the consumer purchase decision. The service can be good when the quality of the services provided by retail company can satisfy the customers, by giving good service can create the satisfaction customer and loyalty. The method of this study used is collecting the data through questionnaires by total sample was 100 respondents using linear regression and hypothesis Anova and T-test through SPSS 20.0 for windows. The results of this study aimed to know the store atmosphere influence on consumer purchasing decision at PT. Matahari Department Store. Tbk Tunjungan Plaza Surabaya. The Store atmosphere can attract of consumers to know more in everything offered by the store. The quality of service is a capital that can be used as the main factors that should be owned by every retail sale to the satisfaction consumer. Promotional activities is one way that can attract consumer purchases even unexpected purchase by the consumer. The significant improvement could be seen both simultaneous and partial toward consumer purchasing decision at PT. Matahari Department Store. Tbk Tunjungan Plaza Surabaya.

**Key words:** Store Atmosphere, Service, Promotion, and Consumer Purchase Decision.



**Pengaruh Atmosfer Toko, Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen Pada Matahari Tunjungan Plaza Surabaya.**

**Andi Muhammad Zakaria Ridjal**  
**STIE Perbanas Surabaya**  
**Email : [zakariaridjal91@icloud.com](mailto:zakariaridjal91@icloud.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atmosfer toko, promosi serta pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pelayanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila pelayanan yang diberikan oleh suatu retail dapat memuaskan para pelanggannya, dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data melalui kuisioner jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan regresi linier dan pengujian hipotesis Uji F dan Uji T melalui program SPSS 20.0 for windows.

Hasil Penelitian bertujuan untuk mengetahui *store atmosphere* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Matahari *Departmen Store*. Tbk Tunjungan Plaza Surabaya. *Store atmosphere* (suasana toko) dapat menarik keinginan konsumen untuk mengetahui lebih dalam segala sesuatu yang ditawarkan oleh toko tersebut. Kualitas pelayanan merupakan suatu modal yang bisa digunakan sebagai faktor utama yang harus dimiliki oleh setiap retail untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kegiatan promosi yang diberikan merupakan salah satu cara yang dapat menarik pembelian konsumen bahkan menimbulkan pembelian tak terduga oleh konsumen. Hal tersebut sangat berpengaruh signifikan baik simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Matahari *Departmen Store*. Tbk Tunjungan Plaza Surabaya.

**Kata Kunci :** *Atmosfer Toko, Promosi, Layanan, dan Keputusan Pembelian Konsumen.*